

2012-2016年中国内衣行业 行业运营态势与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2012-2016年中国内衣行业运营态势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/K77161N5XV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

智妍数据研究中心 <http://www.abaogao.com>

内衣是消费者日常生活中的“贴身伴侣”。一般而言，内衣是指穿在人体里面的衣服，故又有“内部时装”之称。内衣可分为三类，即贴身内衣、调整内衣（又名矫正内衣）和装饰内衣（又名补正内衣）。内衣是一种舶来品，中国是从西方接纳的“现代内衣”概念，中国的内衣体系和现代服装体系相似，都是随着20世纪中期传统服饰的消亡而逐渐融入西方服饰体系中的。20世纪中叶，西方国家的科技、工业及服装业迅猛发展时，中国由于历史原因处于停滞状态。但80年代之后，随着改革开放的不断深入，中国在经济发展上有了长足的进步。特别是服装的变化更是日新月异、变化万端，各种品牌大量上市，国外名牌也进入了国内市场。

近10年来，中国内衣，包括文胸、保暖等，国内年均销售额及销售量，增速都在15%左右，远远高于GDP的增长水平。上海的三枪和宜而爽，江苏的AB、北京的铜牛，山东的即发，武汉的爱帝等，2007年的销售额都超过10亿元，成为行业的著名品牌。中国针织内衣2006年出口114亿件，创汇206亿美元，全世界有一大半人穿着“MADE IN CHINA”的内衣，中国已成为名副其实的针织内衣出口和消费大国。中国内衣行业大范围的产业集群，涵盖中国东部大面积区域。行业发展迅速，产业链逐步健全，板块逐渐由东部延伸到中、西部。内业所谓的南派、北派和东派，以产业特征、市场目标、产业特色、营销路线的差异化形成了产业布局与产业发展的差异化，广东、北京和上海三地呈三足鼎立态势。

中国服装业的蓬勃发展有目共睹，无论是生产能力、品牌运作都逐步与国际水平接轨。而与服装市场密不可分的内衣市场，经过多年的培养，恰似一块日渐肥沃的土地，一旦播种，收获在即。可以说，这股势不可挡的商业暗流里，正酝酿着无数的机遇、挑战，是新世纪服装界尚待分割的蛋糕。

智妍数据研究中心发布的《2012-2016年中国内衣行业运营态势与投资前景分析报告》共十章。首先介绍了中国内衣行业的概念，接着分析了中国内衣行业发展环境，然后对中国内衣行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国内衣行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国内衣行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

本内衣行业市场分析报告，为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对政府及银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 内衣相关介绍及特征

第一节 内衣的定义和分类

一、内衣的定义

二、内衣的种类

三、文胸分类

四、内裤的分类

五、睡衣的分类

第二节 内衣行业特征及投资特性

一、国际内衣行业发展特征

二、内衣行业的特点

三、中国内衣行业的投资特性

第二章 内衣行业概述

第一节 内衣行业发展分析

一、中国内衣行业发展回顾

二、我国内衣行业发展大事

三、我国内衣行业总体发展状况

四、中国内农业发展模式与变革

五、中国内衣行业发展面临整合

第二节 内衣市场发展概况

一、中国内衣市场主要发展特点

二、国内内衣市场处于调整转型阶段

三、中国内衣零售市场分析

四、国内内衣市场发展空间较大

第三节 内衣市场品牌分析

- 一、中国内衣市场的品牌格局
- 二、国际高端品牌争相发力中国内衣市场
- 三、中高档内衣品牌发展困境及对策
- 四、2012年内衣市场主要品牌的市场策略

第四节 重点地区内衣市场发展状况

- 一、上海内衣市场分析
- 二、北京内衣市场分析
- 三、山东内衣市场分析

第五节 内衣市场需求分析

- 一、内衣品牌化需求不断提升
- 二、高科技保健内衣成需求热点
- 三、中国针织内衣市场需求上升
- 四、保暖内衣各层面消费者的需求分析

第六节 内衣行业存在的问题及对策

- 一、阻碍内衣行业发展的因素
- 二、我国内衣市场发展面临的挑战
- 三、促进中国内衣行业发展的对策
- 四、内衣企业应对市场变化的措施建议

第三章 内衣细分产业

第一节 保暖内衣

- 一、中国保暖内衣行业发展回顾
- 二、2012年冬保暖内衣行业产品创新现状分析
- 三、保暖内衣市场进化的趋向分析
- 四、保暖内衣市场的发展措施

第二节 针织内衣

- 一、中国针织内衣市场发展状况
- 二、国内针织内衣行业发展繁荣
- 三、2012年上海针织内衣市场销售情况
- 四、国内针织内衣产品的发展趋势

第三节 女性内衣

- 一、中国女性内衣市场分析

二、女性内衣产品竞争力的核心因素

三、女性内衣市场区域战略定位

四、女性内衣市场新趋向

第四节 男士内衣

一、男士内衣分类

二、美国氨纶男士内衣走俏市场

三、我国男性内衣市场概况

四、男士内衣品牌发展分析

五、男士内衣品牌打造策略分析

六、男士内衣明星营销案例分析

七、男士内衣向舒适保健发展

第五节 家居服

一、中国家居服产业发展概况

二、我国家家居服市场状况分析

三、家居服市场发展态势及展望

四、我国家家居服行业发展前景分析

第六节 睡衣

一、睡衣在农村市场逐渐兴起

二、全国睡衣行业标准由汕头企业制订

三、女性性感睡衣市场有待开发

四、睡衣市场消费趋势

第七节 运动内衣

一、2012年日本运动内衣市场竞争状况及策略分析

二、2012年阿迪达斯推出高科技紧身运动内衣

三、红地轻工打造中国专业运动内衣

第四章 内衣市场消费分析

第一节 内衣消费概况

一、消费者内衣品牌观念分析

二、国内内衣消费水准上升

三、消费者较青睐纯棉内衣

四、网络时代的内衣消费解析

第二节 内衣消费者分析

- 一、内衣消费的目的
- 二、中国内衣消费者行为及市场对策
- 三、内衣消费者购买行为分析
- 四、影响消费者购买行为的因素
- 五、内衣的消费心理及营销措施

第三节 中国女性体型及内衣消费特点研析

- 一、中国女性形体特征变化概述
- 二、不同年龄段的女性体型特征差异及其规格设计
- 三、不同地区人的体型特征差异
- 四、内衣消费特点调查分析

第四节 内衣消费的潜力与趋势

- 一、内衣消费的发展潜力分析
- 二、女性内衣消费趋势

第五章 内衣进出口分析

第一节 内衣进出口状况

- 一、中国内衣出口美国数据回顾
- 二、中国内衣受到出口税率影响
- 三、我国内衣占据俄进口总量大半
- 四、中国内衣市场出口增长强劲

第二节 纺织品配额问题分析

- 一、“无配额”中国纺织品发展存在不确定性
- 二、贸易“大棒”将拉长纺织品配额时代
- 三、纺织品取消配额后市场预测

第六章 内衣区域产业发展概况

第一节 浙江

- 一、浙江内衣畅销国外市场
- 二、义乌无缝内衣产业发展分析
- 三、浙江省杭州情趣内衣市场现状

第二节 温州

一、温州内衣行业的革命

二、温州共谋内衣行业新发展

三、温州内衣市场营销模式分析

第三节 南海盐步

一、盐步内衣产业概况

二、盐步品牌内衣联盟标准通过审查

三、盐步内衣行业发展面临的问题

四、南海内衣市场的八大症状

五、盐布内衣发展思路和对策

第四节 深圳

一、深圳内衣产业引领全国

二、深圳品牌内衣交易平台启动

三、深圳内衣行业应当加强聚集效应

第五节 其它地区

一、中山内衣行业谋求发展与突破

二、泉州内衣企业逐渐重视国内市场

三、江苏内衣产业现状与问题分析

第七章 内衣产业营销分析

第一节 内衣营销发展概况

一、中国内衣市场的营销模式

二、中国内衣本土品牌的营销模式

三、中国内衣企业已走向营销创新

四、女士内衣市场营销中的文化魅力

第二节 内衣行业销售渠道与趋势

一、国内内衣销售渠道的构成

二、内衣销售渠道发展概况

三、内衣营销渠道逐渐呈现扁平化趋势

四、内衣渠道发展趋势

第三节 内衣市场营销策略分析

一、内衣终端营销策略

二、淡季内衣营销的策略分析

三、内衣品牌国际化营销通道

四、内衣品牌规划及营销战略

五、内衣品牌广告营销策略

第四节 知名内衣品牌营销战略概述

一、婷美：以“概念”求立足

二、黛安芬：在变化中把控

三、美思：“多样化”博销量

四、爱慕：“文化”价值链

第五节 品牌内衣营销案例分析

一、婷美中科暖卡营销策略

二、AB内业营销变迁

三、红豆内衣营销方式分析

第八章 内衣行业竞争分析

第一节 国内内衣行业的竞争力

一、中国内业在竞争中发展

二、中国内业产业的整体竞争力

三、我国内业企业竞争力受不利政策影响

四、中国内业行业需提高竞争力

第二节 内衣品牌竞争分析

一、中国高端内衣市场竞争逐渐升级

二、女性高端内衣竞争更追求技术工艺

三、保暖内衣品牌市场竞争激烈

四、提升品牌内衣竞争力的思路

第三节 国内各地区内衣行业竞争

一、北京内衣市场竞争激烈

二、上海内衣市场品牌竞争格局

三、深圳内业持续发展需走协作竞争之路

第九章 国内外重点内衣品牌企业

第一节 国际品牌内衣企业

一、德国黛安芬

二、日本华歌尔

三、香港安莉芳

四、台湾欧迪芬

第二节 国内胸衣品牌企业

一、爱慕

二、曼妮芬

三、百利安

四、芬怡

第三节 针织、保暖品牌企业

一、AB公司

二、南极人

三、三枪

四、北极绒

五、婷美

第十章 2012-2016年中国内衣行业发展前景及趋势

第一节 内衣行业前景展望

一、亚洲内衣市场发展空间广阔

二、中国内衣行业发展前景预测

三、我国内衣服市场潜力巨大

四、高性能运动内衣市场前景乐观

五、2012-2016年中国内衣行业预测分析

第二节 2012-2016年内衣行业发展趋势

一、内衣需求发展趋势

二、内衣面料发展趋势

三、内衣市场的细分化趋势

四、高端内衣市场的发展趋势

五、针织内衣的发展趋势

第三节 2012-2016年内衣行业流行趋势

一、世界内衣行业流行趋势分析

二、女性内衣未来流行趋势

三、男式内衣流行趋势

四、内衣颜色的潮流趋势

附录

附录一：针织内衣行业标准

附录二：中国提高纺织品出口关税税率产品清单

附录三：2005-2007年输欧10类纺织品出口数量安排

图表目录

图表：2012年上海大型商场内衣销售额前五位品牌

图表：消费者购买内衣场所的选择

图表：消费者购买内衣时间的选择

图表：男性喜欢的内衣款式

图表：男女消费者多面料的选择

图表：消费者对内衣颜色的选择比例

图表：消费者所喜欢的异性内衣风格

图表：男女内衣消费者依次所能接受的产品价格范围

图表：内衣消费者购买行为的4种类型

图表：女青年内衣规格表

图表：已婚女性内衣规格表

图表：中老年妇女内衣规格表

图表：棉制内衣中国出口单价结构

图表：棉制内衣中国出口按国家地区金额分布结构

图表：棉制内衣中国出口国家地区金额分布结构

图表：棉制内衣中国出口国家地区金额分布结构同比走势

图表：中国棉制内衣出口国家地区数量分布结构

图表：中国出口国家地区数量分布结构

图表：棉制内衣中国出口按国家地区金额分布结构

图表：棉制内衣中国出口国家地区金额分布结构

图表：棉制内衣中国出口按国家地区数量分布结构

图表：棉制内衣中国出口国家地区数量分布结构

图表：棉制内衣中国出口按国家地区平均单价

图表：中国省市地区出口棉制内衣金额分布结构

图表：中国省市地区出口棉制内衣金额分布结构

图表：中国按省市地区出口棉制内衣数量分布结构

图表：棉制内衣中国出口数量分布结构（省市地区）

图表：棉制内衣中国出口数量分布结构同比走势（省市地区）

图表：中国棉制内衣出口金额分布结构（按省市地区）

图表：棉制内衣中国出口金额分布结构（省市地区）

图表：棉制内衣中国出口金额分布结构同比走势（省市地区）

图表：棉制内衣中国出口美国数量分布结构（按省市地区）

图表：棉制内衣中国出口数量分布结构（省市地区）

图表：棉制内衣中国出口平均单价（按省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口单价结构

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（按国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（按国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（按国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（按国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口平均单价（按国家地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（按省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（按省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口金额分布结构（省市地区）

图表：人造纤维内衣中国出口数量分布结构（按省市地区）

图表：美国人造纤维内衣中国出口平均单价（按省市地区）

图表：针织塑身内（弹力型）衣其内在质量要求

图表：针织塑身内衣（调整型）其内在质量要求

图表：文胸内在质量要求

图表：2005-2007年输欧10类纺织品出口数量安排表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fuzhuang/K77161N5XV.html>